

A large, thick, orange arrow graphic that starts from the left edge of the page and points towards the title. It has a hand-drawn, textured appearance.

PLA ESTRATÈGIC DEL BARRI DE FORT PIENC

30/12/2011



Aquest Estudi de Mercat ha estat encarregat i finançat per l'Ajuntament de Barcelona, Districte de l'Eixample, àrea Comerç

ÍNDEX

01.	INTRODUCCIÓ.....	4
02.	CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC DE FORT PIENC.....	6
03.	TRETS DISTINTIUS DE FORT PIENC.....	7
04.	LÍNIES ESTRATÈGIQUES DEL PLA	8
05.	LE 1: Desenvolupar la identitat i la Marca del barri i del comerç.....	9
	LE 1.1. Desenvolupar els valors que es volen comunicar.....	9
	LE 1.2. Desenvolupar la identitat i la imatge de FORT PIENC amb activitats i esdeveniments que tinguin repercussió mediàtica.....	10
	LE 1.3. La creació i comunicació de rutes de lleure i turisme.....	11
	LE 1.4. Potenciar els actuals comerços i serveis culturals, i el seu futur establiment.	11
	LE 1.5. Suport i Difusió dels joves amb talent i de les iniciatives socials que millorin la convivència i la integració a través de la cultura.	12
	LE 1.6. Crear notorietat a través del comerç, les associacions, els departaments de comunicació del TNC, Auditori i BS:M.....	13
06.	LE 2 DINAMITZAR EL COMERÇ.....	16
	LE 2.1. Realitzar un pla d'activitats promocionals.....	16
	2.1.1. Mapa del descompte del Barri de les Arts Escèniques.....	16
	2.1.2 Dia de Sant Jordi: Diada del còmic	17
	2.1.3 FES CONTENTA LA MARE. CUIDA'L!	18
	2.1.4 PREPARAREM UNA REVETLLA DE SANT JOAN ... DE CINE!	18
	2.1.5. QUINZENA DE LA SALUT I LA BELLESA.....	19
	2.1.6. La Marató del Fort Pienc	19
	2.1.7 LA DIADA DEL RECICLAJE	20
	2.1.8 EL JOC DEL SET CIÈNCIES DEL FORT PIENC	21
	2.1.9. VIU EL TEATRE. TU SERÀS LA ESTRELLA!	22
	2.1.9 CINEMA A LA FRESCA	23
	2.1.10. PASSAPORT A LA FAMA.....	23
	LE 3.3 FOMENTAR L' ASSOCIACIONISME I EL TREBALL EN XARXA	24
	PROGRAMA DE CAPTACIÓ DE SOCIS.....	24
	PLA D'ACTIVITATS 2012	30
	US VOLEM RECOMPENSAR PER LA VOSTRA IMPLICACIÓ I ENTUSIASME	33
	N'HI HA QUÈ JA S'HAN IMPLICAT	34

07.	CALENDARI D'ACTIVITATS 2012-2013	36
-----	--	----

01. INTRODUCCIÓ

Aquest pla de dinamització del comerç del nou eix comercial de Fort Pienc, a dos anys, potencia l'associacionisme per aconseguir un comerç de proximitat pròsper, fomentar la implantació de nous comerços de qualitat, i desenvolupar una imatge comercial de la zona, diferenciada i atractiva.

OBJECTIUS DEL PLA ESTRATÈGIC:

- 1 Oferir un coneixement actualitzat de la situació comercial -i de les necessitats comercials- que permeti l'elaboració del pla de dinamització.
- 2 Promoure la imatge comercial del Pienc, creant una identitat pròpia envers d'altres zones comercials, amb una imatge fortament consolidada.
- 3 Assolir un eix comercial amb capacitat de dinamització del comerç, captant 150 socis en dos anys.
- 4 Dinamitzar la zona comercial.
- 5 Enfortir l'oferta comercial, fomentant la implantació de nous comerços de qualitat en els locals buits, o renovant els comerços en declivi.
- 6 Fomentar la col·laboració amb d'altres associacions del barri, per a crear sinergies.

LÍNIES DEL PLA DE TREBALL

1 CREACIÓ DE L' IDENTITAT COMERCIAL DE LA ZONA

Objectiu 2: Promoure la imatge comercial de Fort Pienc, creant una identitat pròpia envers d'altres zones comercials, amb una imatge fortament consolidada.

Definició dels trets distintius i creació del posicionament.

2 DEFINICIÓ D'OBJECTIUS, LÍNIES D'ACCIÓ I PLA D'ACTIVITATS DE DINAMITZACIÓ

Objectiu 3: Dinamitzar la zona comercial.

Realitzar un pla d'activitats a dos anys, treballant conjuntament amb el Districte de l'Eixample, els/les Presidents/es de les Associacions que componen l'Eix, i les Entitats motores (el Teatre Nacional de Catalunya, la Estació Nord i l'Auditori), que dinamitzi l'activitat comercial i estimuli la promoció econòmica del barri.

3 DISSENYAR UN PAQUET DE BENEFICIS I UNA CARTA DE SERVEIS ATRACTIUS

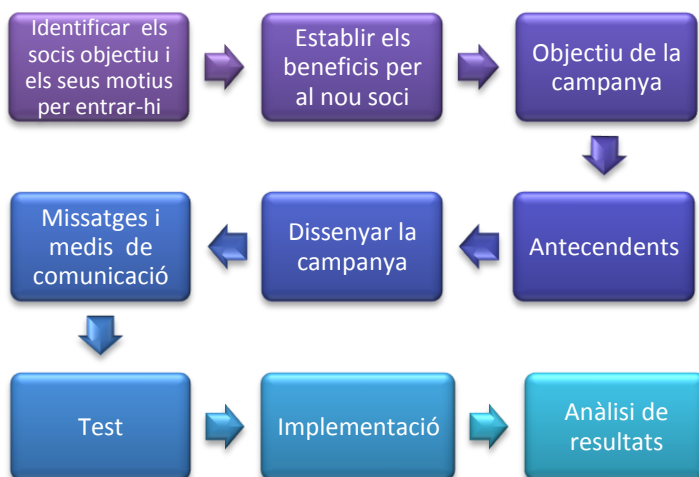
Objectiu 2: Assolir un eix comercial amb capacitat de dinamització del comerç, aconseguint 150 socis en dos anys.

Un cop identificades les diferents tipologies de socis, les seves necessitats (segons el tipus de comerç i la seva ubicació), i les motivacions per a entrar de cada grup, articular un proposta de beneficis, i un paquet de serveis, que atregui a la afiliació a nous socis.

4 DISSENY D'UN PROGRAMA DE CAPTACIÓ DE SOCIS

Objectiu 2: Aconseguir un Eix Comercial amb capacitat de dinamització del comerç, assolint 150 socis en dos anys.

Dissenyar un programa de captació de socis, amb un conjunt d'activitats de comunicació i comercials.



CONTINGUTS DEL PLA

- Conclusions del diagnòstic de la zona comercial.
- Trets distintius del barri Fort Pienc.
- Posicionament de l'Eix Comercial Fort Pienc.
- Línies estratègiques del pla.
- Mitjans i elements de comunicació.
- Activitats de dinamització.
- Carta de Serveis.
- Pla de captació de socis.
- Fases d'execució del projecte i calendari d'activitats.

02. CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC DE FORT PIENC

<p>DEBILITATS D</p> <p>Barri</p> <ul style="list-style-type: none"> Manca de coneixement de Fort Pienc, absència d'imatge i identitat. Zones poc atractives per passejar al voltant del TNC i l'Auditori. Poques sinèrgies entre els grans equipaments i el barri. Elevada concentració geogràfica de la població immigrant. <p>Comerç</p> <ul style="list-style-type: none"> Poca oferta i poc atractiva, al voltant dels pols d'activitat. Elevat nombre d'establiments tancats. Concentració d'establiments especialitzats d'alimentació en Mercat/Centre Gran Via. L'oferta satisfà necessitats bàsiques, pocs establiments moda/complements. Molts bars/pocs restaurants, especialment a la zona de l'Auditori i TNC. Bastants establiments petits/poc atractius. 	<p>FORTALESES F</p> <p>Barri</p> <ul style="list-style-type: none"> Diferents pols d'activitat intensa: Mercat, Centre Comercial Gran Via, Estació d'Autobusos, TNC, Auditori. Zones per als vianants transitades: Passeig St. Joan/Ribes. Diferents punts d'interès per a visitants i turistes. Gran densitat de població: jove, nivell econòmic mitjà, baixa conflictivitat. Elevat nombre de visitants. Bon nivell de participació ciutadana, en especial dels joves. Elevada oferta d'activitats culturals. Presència d'associacions artístiques/culturals al barri. <p>Comerç</p> <ul style="list-style-type: none"> Zones atractives comercials: Mercat/Passeig St. Joan i grans carrers. Bona oferta d'alimentació. El comerç del còmic (atracció de visitants) Elevada oferta comerç/serveis lligats a l'automòbil en tot Fort Pienc. Comerços relacionats amb la música i l'artesania.
<p>AMENACES A</p> <p>Crisi → Pèrdua del comerç → Degradació de la zona.</p> <p>Barri</p> <ul style="list-style-type: none"> La falta d'integració de la població immigrant, que creix i es concentra en determinades zones. <p>Comerç</p> <ul style="list-style-type: none"> L'elevat preu dels locals. El trasllat de Basars i Comerç a l'Engròs de la zona de Trafalgar a Fort Pienc. La degradació d'algunes zones (zones d'establiments majoristes/Auditori-TNC/Estació Nord). 	<p>OPORTUNITATS O</p> <p>Barri</p> <ul style="list-style-type: none"> Desenvolupament de la imatge del barri. Creació de sinèrgies entre totes les entitats del barri. Futura zona per als vianants a Plaça de Glòries. La implantació del Mercat del Belcaire, amb la seva intensa activitat comercial i l'atracció de turistes. Ofertes creuades de comerç i cultura a visitants. Ús dels canals de difusió de l'Auditori, TNC, BS:M i comerços, per arribar als ciutadans. Promoció d'implantació de comerços adequats a la demanda i que potenciïn la imatge de la zona.

03. TRETOS DISTINTIUS DE FORT PIENC

- **La diversitat sociocultural.**

Fort Pienc acull una gran diversitat de població, entre població local, immigrants, visitants i turistes, amb diferents cultures i nivells socioeconòmics.

La interacció positiva i l'enriquiment cultural pot transformar-se en un tret d'identitat de Fort Pienc.

- **La joventut.**

Fort Pienc compta amb una elevada població juvenil i associativament activa.

- **La cultura i l'espectacle: la música, el teatre, el circ i el cinema.**

A més de comptar amb el TNC i l'Auditori, i celebrar-ne a la plaça Monumental alguns espectacles de circ, disposa d'interessants associacions socioculturals.

L'Auditori, junt amb el Teatre Nacional de Catalunya, imprimeixen d'un caràcter cultural i artístic al barri de Fort Pienc, i possibiliten la implantació de comerços i serveis lligats a la música, l'espectacle, l'art i la cultura, l'hoteleria i el lleure.

D'altra banda, tant la música com el teatre conreen valors com la diversitat cultural i la convivència entre les cultures.

- **La concentració al passeig de Sant Joan del comerç del còmic.**

El Passeig de San Juan és ben conegut per les seves botigues de venda de còmics.

- **El comerç lligat al sector de l'automòbil i del transport.**

Elevada concentració.

- **La creativitat.**

El DHUB, ubicat a la plaça de les Glòries, junt a Fort Pienc, serà la seu del Museu de les Arts Decoratives, el Museu Tèxtil i de la Indumentària i del Gabinet de Arts Gràfiques. El DHUB integra un museu, un centre i un laboratori, de forma que "ha de enfortir el paper de Barcelona com a capital del disseny", a l'hora que defineix una estratègia de ciutat de futur" en base a la creativitat".

- **Les oportunitats amb el Mercat del Belcaire.**

Més que un mercat del vell i l'ambulant, orienta la seva activitat centenària, i aparent provisionalitat, a la demanda actual, posant a l'abast del consumidor una oferta alternativa als actuals models de distribució i comerç.

- Mobiliari antic i usat.
- Antiguitats.
- Roba usada i antiga.

04. LÍNIES ESTRATÈGIQUES DEL PLA

LE 1 Desenvolupar la identitat i la marca del barri i del comerç.

Amb col·laboració amb l'Auditori, el TNC, BS:M, les associacions del barri, altres associacions relacionades amb la cultura i l'espectacle, i les administracions públiques de turisme i cultura de l'ajuntament de Barcelona.

- Desenvolupar els valors que es volen comunicar.
- Generar activitats i esdeveniments que tinguin repercussió mediàtica.
- La creació i comunicació de rutes de lleure i turisme.
- Crear notorietat a través del comerç, les associacions, els departaments de comunicació del TNC , Auditori i BS:M.
- Potenciar els actuals comerços i serveis culturals, i el seu futur establiment.
- Suport i difusió dels joves amb talent i a iniciatives socials que millorin la convivència i la integració a través de la cultura.

LE 2 Dinamitzar el comerç.

Millorar el coneixement del barri i del comerç entre visitants i treballadors, per a promoure un comerç més pròsper i sostenible.

- Realitzar un pla d'activitats promocionals.
- Realitzar activitats promocionals creuades entre comerços i entitats del barri per arribar a un públic més ampli.
- Divulgar l'oferta dels establiments associats.
- Fomentar l'associacionisme i el treball en xarxa.
- Treballar amb les Administracions Públiques i l'Associació de Veïns per a la millora del barri.

LE 3 Millorar l'atractiu de la zona comercial.

- Promoure la millora de la imatge dels comerços mitjançant la informació, l'assessorament i la formació, i els ajuts disponibles.
- Aconseguir una interacció positiva amb els comerciants no nacionals, i millorar la diversitat en zones d'alta concentració de comerç no nacional.
- Millorar la imatge i l'actitud de la ciutadania cap el comerç del barri.

LE 4 Aconseguir la implantació d'una oferta comercial variada i competitiva que satisfaci les necessitats de la població i dels visitants de Fort Pienc.

- Afavorir la implantació de noves tipologies de comerç al barri, dels que no hi ha oferta però si demanda.
- Millorar i facilitar la informació dels locals disponibles i dels tràmits necessaris per a l'obertura de nous negocis.
- Fer arribar als col·lectius d'interès (nous emprenedors, gremis, entitats especialitzades, etc.) les necessitats de comerços al Fort Pienc, i orientar-los per a què contemplin en el posicionament dels seus negocis la imatge que es vol transmetre al barri.

LE 5 Establir canals de comunicació per afavorir la col·laboració entre l'Associació de comerciants, els grans equipaments culturals, B:SM i altres entitats del barri.

05. LE 1: Desenvolupar la identitat i la Marca del barri i del comerç

LE 1.1. Desenvolupar els valors que es volen comunicar.

Valors de Fort Pienc.

Eixos de treball que conformen els trets d'identitat.

La iniciativa i la creativitat

- Recolzar als emprenedors del comerç.
- Donar a conèixer i col·laborar amb emprenedors socials.
- Promocionar als joves artistes.

La participació i l'intercanvi cultural

- Fomentar la participació interna.
- Col·laborar amb tots els agents per a crear la identitat del barri i de la zona comercial.

La diversitat i la convivència

- Diversitat comercial.
- Integració dels comerciants d'altres nacionalitats.
- Promoure la expressió de la diversitat cultural i de les iniciatives que millorin la convivència.

La iniciativa i la creativitat

- **Recolzar als emprenedors que volen treballar en el sector del comerç.**
- **Suport i difusió dels joves amb talent, i a iniciatives socials que millorin la convivència i la integració, a través de la cultura i de l'art.**
- **Promocionar als joves artistes i als professionals creatius.**

La participació i l'intercanvi cultural

Fomentar la participació interna.

- Crear grups de treball per a posar en marxa diversos projectes i activitats, de manera que puguin participar alternativament diversos socis.
- Conèixer els interessos i les característiques dels socis.

Col·laborar amb tots els agents per a crear la identitat del barri i de la zona comercial (Posicionar Fort Pienc como el barri de les arts escèniques).

- Promocionar les arts escèniques (la música, el teatre, el circ, la dansa) i als artistes.
- Promoure el turisme cultural al barri.
- Crear notorietat de les iniciatives artístiques a través del comerç.
- Impulsar tots els negocis relacionats amb aquestes activitats.

La diversitat i la convivència

La diversitat comercial.

- Incloure en la associació diferents tipologies d'establiments i negocis (comerços, serveis, turisme, oci, cultura) creant línies de treball específiques per a cada tipologia.
- Millorar la diversitat de la oferta comercial promovent la implantació d'establiments i negocis de tipologies no presents, i la diversitat comercial fomentant l'establiment de tipologies.

- Impulsar la implantació de negocis i l'establiment de professionals relacionats amb les arts escèniques (música, teatre, circ, dansa).

La integració dels comerciants d'altres nacionalitats.

- Orientar i promoure que els comerciants d'altres nacionalitats s'integrin a l'associació.

Promoure la expressió de la diversitat cultural i de les iniciatives que millorin la convivència.

- A través de l'art es barregen les cultures i se fomenten la convivència i la tolerància entre els habitants locals i els nou vinguts, els visitants de totes les regions d'Espanya i de tots els països.

LE 1.2. Desenvolupar la identitat i la imatge de FORT PIENC amb activitats i esdeveniments que tinguin repercussió mediàtica

LA FIRA DELS OFICIS I LES ARTS ESCÈNIQUES



Motiu: Fira on es recreïn les arts i oficis lligats a l'espectacle i la artesanía en general, coincidint amb el dia del teatre.

Època: La primera quinzena de juny 2013.

Activitats: "Carpas", tallers i espectacles relacionats amb l'ofici de les arts escèniques.

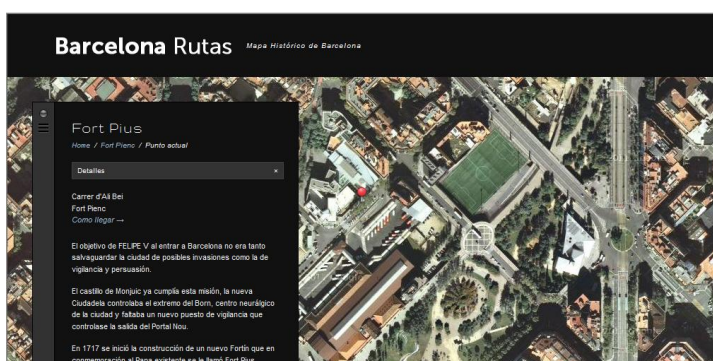
Posta en marxa: Grup de treball amb les entitats culturals i turístiques del barri. (Juny 2012).

Comunicació: Als establiments i equipaments, a través de les xarxes socials de l'Auditori i del TNC . Incloure la fira en la comunicació del dia del Teatre i l'Auditori, notícies en webs culturals i premsa.

Material gràfic: DinA4 amb les promocions de cada comerç. Al estil del mapa. Al fulletó se inclouran consells i trucs relacionats amb la salut i la bellesa a l'estiu: bronzejat, mosquits.

Zona: Auditori/TNC.

LE 1.3. La creació i comunicació de rutes de lleure i turisme.



Motiu: Creació d'itineraris turístics al Fort Pienc.

Posta en marxa: Grup de treball amb les entitats culturals i turístiques del barri. (Juny 2012).

Activitats i Dades:

- Creació d'itineraris d'activitats (visites guiades, museu música, itinerari d'activitats). (Setembre - Desembre 2012).
- Relacions amb entitats de turisme per a la difusió de continguts, els itineraris i les activitats. (Octubre 2012).

Comunicació:

- Panells o punts d'informació als equipaments del barri i llocs de molta afluència. (Maig - Juny 2013).
- Difusió dels continguts i activitats a través de mitjans i webs de turisme. (Gener - Juny 2013).

Material gràfic: Creació d'un monogràfic de turisme al Fort Pienc amb punts d'interès. (Març 2013).

Zona: Tot Fort Pienc.

LE 1.4. Potenciar els actuals comerços i serveis culturals, i el seu futur establiment.

A través de totes les activitats que contribueixen a crear la identitat cultural del barri.

- Itinerari de comerços i serveis culturals (rutes de turisme). (Desembre 2012).
- Fira de les arts escèniques i dels oficis. (Juny 2013).
- Donant-los a conèixer a través dels esdeveniments, fullets i tots els elements de comunicació de l'associació.
- Creació del dossier "Fort Pienc un barri d'oportunitats". (Setembre 2012).
- A través de les iniciatives que puguin sorgir del grup de treball cultural.



LE 1.5. Suport i Difusió dels joves amb talent i de les iniciatives socials que millorin la convivència i la integració a través de la cultura.



Motiu: Fidelització de compra (1ª fase) en establiments del Barri de les Arts Escèniques.

Època: Setembre / octubre 2012.

Mecànica:

Veïns/compradors reben la borsa de compra (shopping bag) de regal per la compra en tres /quatre/cinc establiments diferents de l'associació. La borsa se'ls entrega en el darrer comerç on compra, qui recull la "cartilla" amb els segells.

Disseny de la borsa: Concurs al IES del barri entre els estudiants de batxillerat artístic.

Premi per al disseny guanyador: reconeixement, firma del disseny + pack ofertes especials de l'associació.

Premi per als participants: pack ofertes de l'associació.

Derivació: Exposició dels dissenys dels nois/es . El concurs es convocarà al maig 2012 (diada de les arts escèniques). Exposició al TNC (juny 2012). Guanyador triat per jurat d'experts + jurat popular. Al juliol i agost se fabriquen les borses. D'haver sobrants es guardaran a l'associació per d'altres promocions futures.

Comunicació: Als establiments associats, en equipaments del barri i al IES.

Material gràfic: Cartell DinA4 per a comunicar la promoció, i targeta. Disseny borsa. Disseny cartell. Cartilla/targeta per a segellar als establiments. Borses de compra –producció.

LE 1.6. Crear notorietat a través del comerç, les associacions, els departaments de comunicació del TNC, Auditori i BS:M.

MITJANS I ELEMENTS DE COMUNICACIÓ

Entitat	Mitjans de comunicació	Elements de comunicació	Públics								
Associació	Web		1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Fulletts/Cartes (PLV)	Ofertes /activitats Informació comerços associats Notícies (barri, arts escèniques)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Fires/esdeveniments: (Estands, pancartes...)	Elements /activitats al carrer (Auditori/TNC/Esmuc/Estació Nord)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Els establiments	Newsletter digital comerços	Notícies de l'associació Notícies dels socis Publicitat comerços/associació	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Newsletter consumidors	Ofertes/Esdeveniments/notícies barri	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Llistats de mail consumidors	Ofertes/Activitats Auditori/TNC									
	Butlletins impresos	Notícies de l'associació Articles	1	2	3	4	5	6	7	8	9
El Centre Cívic Biblioteca	Punt de venda	Ofertes (productes/serveis)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Webs pròpies/Facebook	Activitats de la associació									
Auditori/TNC	Panell informatiu	Activitats del barri	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Espai per a deixar fullets.	Ofertes/activitats Auditori/TNC									
ESMUC	Mitjans interns (mail....)	Ofertes comercials associació Activitats/Esdeveniments/Notícies del barri	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Facebook	Activitats/esdeveniments al barri relacionats amb les arts escèniques	1	2	3	4	5	6	7	8	9
B:SM	Revista	Activitats que es fan a l'Estació Nord d'Autobusos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Facebook	Ofertes propietaris automòbils Activitats relacionades amb el medi ambient/salut	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Estació Nord	Mitjans interns	Ofertes comercials Activitats/esdeveniments del barri	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Panell informatiu/punt d'informació/Televisió	Presentació de comerços Ofertes comercials Activitats/esdeveniments del barri	1	2	3	4	5	6	7	8	9

1 Comerços socis 2 Comerços no socis 3 Clients dels comerços socis 4 Veïns 5 Visitants 6 Treballadors
7 Emprenedors 8 Estudiants arts escèniques 9 Artistes

EL PAPER DE CADA ENTITAT A LA COMUNICACIÓ CREUADA

Eix Fort Pienc.

L'Eix Fort Pienc pot difondre les activitats i notícies de l'Auditori, TNC, Estació Nord i d'altres entitats del barri a través de la seva Web (apartat "sobre el barri"), i a dels seus Newsletters de consumidors i comerços. També es poden posar Estands i Pancartes en esdeveniments o fires al carrer.

D'altra banda, als fullets i cartells de comunicació de les ofertes s'han buscat motius relacionats amb les arts escèniques.

El Centre Cívic, la Biblioteca i la Estació Nord.

Poden posar cartells/fullets per a informar d'ofertes/activitats a veïns i visitants.

Tanmateix, crear panells o punts d'informació que continguin les ofertes dels comerços, activitats, i informació cultural del barri Inclòs es podrien arribar a crear vídeos o presentacions digitals).

Auditori / TNC / ESMUC / Estació Nord.

Poden fer arribar als seus treballadors butlletins digitals amb les ofertes del mes, carpetes amb les fitxes dels establiments associats, i dels que fan descomptes per als seus treballadors, menús del dia, etc.

A més a més, Auditori/ESMUC/TNC poden difondre als seus abonats, i a través del facebook, esdeveniments del barri relacionats amb les arts escèniques.

B:SM pot difondre a la Estació Nord les activitats que es facin.

CONTINGUTS DE LA WEB DE FORT PIENC

Portada.

Ofertes (compres, serveis, oci i cultura).
Activitats/esdeveniments.
Notícies (el barri, els comerços, l'associació).

Comprar.

Presentació de l'àrea comercial.
Presentació de la oferta (compres, serveis, oci i cultura).
Fitxa dels establiments (descripció, ofertes, notícies, catàlegs).
Llistat i mapa dels establiments.

El barri.

Sobre Fort Pienc (Descripció, dades estadístiques, història, entitats).
Turisme/oferta cultural al barri (Auditori, TNC, Arxiu, Biblioteca).
Notícies (esdeveniments i activitats del barri, programa d'activitats culturals, personatges).
Articles.
Llistat d'entitats del barri.

Treballar al Fort Pienc.

Borsa de treball.
Ofertes formatives de comerç.

Emprendre al Fort Pienc.

Obrir establiments en el barri.
Idees per a emprendre.
Locals buits.

La Associació.

Presentació.
Carta de Serveis.
Mapa de la zona de l'associació.
Notícies d'activitats.
Newsletter.
Butlletins.
Articles professionals comerç /ofertes formatives.
Taulell d'anuncis (socis que hi publiquen activitats).
Fitxa per associar-se.

Contacte.

Zona privada.

Articles sobre actualitat comercial.
Ajuts.

Links

06. LE 2 DINAMITZAR EL COMERÇ

LE 2.1. Realitzar un pla d'activitats promocionals.

2.1.1. Mapa del descompte del Barri de les Arts Escèniques.



VERSUS TEATRE: EL ARTE EMERGENTE EN FORT PIENC

Versus Teatre programa, crea y produce espectáculos con dramaturgia y directores emergentes, buscando y potenciando la existencia y la originalidad. Usamos como el teatro por el teatro alternativo, el teatro de creación y las dramaturgias emergentes. Para Versus el teatro alternativo actual no supone ninguna ruptura, sino más bien, la reafirmación permanente de nuevas dramaturgias y la revisión crítica de los clásicos.

Los antecedentes de Versus Teatre como grupo de creación teatral se remontan al 1992 en las aulas del Institut de Teatre de Terrassa y del Centro de Teatre de Granollers. Posteriormente se consolidó como compañía con voluntad de búsqueda entorno del teatro musical alternativo, el teatro de creación y las dramaturgias emergentes. El 1998 el grupo tore el espacio de Jucies Castellón como equipamiento libre para la actividad de creación propia, apostando por un espacio no convencional un escenario central.



Tema: Arts escèniques.

Març: Tot un espectacle.

Maig: Ofertes de Cinema.

Abril: Música. Hi canten els àngels.

Juny: Circ. Més difícil encara!

Època: Durant els mesos que l'associació estigui captant associats. Març al juny 2012.

Mecànica:

Els establiments ofereixen descomptes i/o regals per la compra de productes al seu establiment, relacionats amb el motiu del mes.

Cada mes canvia la oferta amb el motiu del mes i s'afegeixen comerços nous que s'hi van apuntant.

Derivació: Promoció Creuades entre establiments durant dels mesos de maig i juny. Un nou soci té assegurada una promoció creuada amb un comerç ja associat.

Comunicació: Creuada als establiments de l'associació i cartells als equipaments del barri.

Material gràfic: Fulletó DinA4 imprès 4 tintes dues cares. Cara A: Informació motiu del mes, informació de la associació i 20 establiments de no alimentació. Cara B : mapa del barri amb comerços del barri i els 20 establiments del mes.

Disseny:

2.1.2 Dia de Sant Jordi: Diada del còmic



Tema: El còmic.

Època: Dilluns 23 d'abril (dissabte 20 i diumenge 21 d'abril).

Mecànica: Posar estands al passeig de Sant Joan i fer-hi tallers de còmics, caricatures. Els tallers seran gratuïts, a canvi de deixar "carpa" i taules, els artistes podran vendre i les escoles i associacions podran fer la seva promoció.

Brindar a les botigues de còmics que treguin els seus còmics al carrer a canvi de participar en la organització dels tallers.

"Carpas":

Botigues de còmics, llibres del barri, Associació d'Aquarel·listes, Associació de Paisatgistes, Associació Floral del barri, dibuixants de caricatures, empreses que fan còmics i animació, editorials de còmics.

Tallers:

Vine a dibuixar un còmic.

Porta la teva roba vella i decora-la.

Demostració de com es fan les pel·lícules de còmics.

Comunicació: Als establiments, associats i no, del passeig de Sant Joan i als equipaments. Mitjançant les associacions relacionades i editorials de còmics.

Materials: Cartells als establiments, taules, cadires, i "carpas".

2.1.3 FES CONTENTA LA MARE. CUIDA'L!



Motiu: Celebrar el dia de la mare i recollir dades de veïns per a la base de dades de clients.

Època: Cap de setmana del dia de la mare, 4 i 5 de maig.

Mecànica: Sorteig d'un tractament SPA per a dues persones entre totes les targetes recollides. Què inclouran les dades personals de contacte (nom, direcció, telèfon, correus electrònic i mòbil). El nom de la mare guanyadora es publicarà a la Web.

Comunicació: Als establiments de l'associació.

Material gràfic: Targetes ja editades per Sant Jordi (una cara 1 tinta. Fitxa de recollida de dades i frase de la LOPD).

2.1.4 PREPARAREM UNA REVETLLA DE SANT JOAN ... DE CINE!



Motiu: Preparar la revetlla, amb productes dels comerços de l'associació, i recollir dades dels veïns per a la base de dades de clients.

Època: La setmana anterior a Sant Joan. La revetlla és la nit del dissabte 23 de juny.

Mecànica: Sorteig, entre totes les targetes recollides durant la setmana, d'una panera de productes típics per Sant Joan (cava, coca, petards, entrades per al cinema/teatre/circ, maquillatge de festa). Es donarà targeta als clients que realitzin compres entre dilluns i divendres. El sorteig es farà el divendres tarda o dissabte matí. A les targetes s'haurà de facilitar les dades personals de contacte. I el nom del guanyador/a es publicarà a la Web, rebent un SMS amb l'avís del premi i lloc de recollida.

Comunicació: Als establiments de l'associació i equipaments.

Material gràfic: Targeta ja editada per Sant Jordi. Cartell DIN A4, amb fotografia de la panera als comerços de l'associació.

2.1.5. QUINZENA DE LA SALUT I LA BELLESA



Motiu: Promocions senzilles i creuades entre establiments de l'associació.

Època: La primera quinzena de juliol 2012.

Mecànica: Cada establiment oferirà una promoció relacionada amb la salut i la bellesa.

Comunicació: Als establiments i equipaments.

Material gràfic: Din A4 amb les promocions de cada comerç. Al estil del mapa. Al fullet s'inclouran consells i trucs relacionats amb la salut i la bellesa a l'estiu (bronzejat, picades de mosquits).

2.1.6. La Marató del Fort Pienc

Motiu: Crear un esdeveniment que tingui repercussió en el coneixement del Fort Pienc per la ciutadania, i que recreï els valors que es volen crear al Fort Pienc (la participació i la convivència).

Mecànica: Organitzar una marató de 10 km, i diverses proves esportives de tipus recreatiu i popular, oberta a la participació de tots, i a la qual les activitats s'adaptin al nivell físic dels participants per a què puguin participar-hi tots els col·lectius.

Època: Setembre 2012.

Comunicació: Al barri, en les associacions i centres esportius, a través dels espònsors.

Materials: Punts d'avituallament, pancartes, samarretes, dorsals.

2.1.7 LA DIADA DEL RECICLAJE

Motiu: Dinamitzar el carrer, promoure una bona imatge envers el comerç i educar a la població en bones pràctiques.

Època: Octubre.

Material gràfic: Cartells.

Pressupost: Muntatge i desmuntatge 184 €

Joc de les anelles

Hi ha unes anelles amb un dibuix d'un residu enganxat, alguns corresponen a la fracció d'orgànica i d'altres a la de rebuig.

Hi ha dos baguls amb dos pivots cadascun, un pintat amb el color del contenidor de l'orgànica i l'altre pintat de gris com el contenidor de rebuig.

El joc consisteix a enfilar les anelles al pivot corresponent, segons el dibuix que hi hagi a l'anella sigui un residu orgànic o de rebuig.



Joc de l'ecoparc

En una lona de fons hi ha el dibuix d'un eco-parc i el dibuix d'una muntanya de deixalles.

Sobre la muntanya de deixalles hi ha col·locades unes peces amb dibuixos de diferents deixalles.

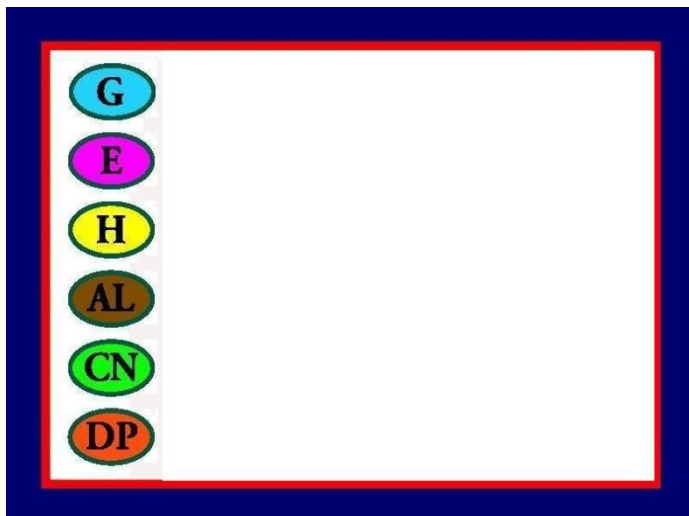
Quan es treuen les peces, a la cara inversa hi ha dibuixat coses en les que es pot convertir aquella, aleshores cal col·locar la peça en el lloc corresponent dins del dibuix de l'eco-parc: en els arbres quan es converteix en compost o als fanals quan es converteixen en energia.



Taller de creació d'objectes reciclats

Construir instruments musicals amb objectes (Auditori).

2.1.8 EL JOC DEL SET CIÈNCIES DEL FORT PIENC



Motiu: Augment del coneixement del barri i de l'associació, i recollida de dades dels veïns per a tenir la base de dades i enviar promocions.

Època: Novembre i desembre 2012, i gener 2013.

Mecànica: A cada botiga on es compri s'aconsegueix una targeta del *SET CIÈNCIES* amb tres preguntes:

1. Tema relacionat amb les arts escèniques.
2. Tema relacionat amb el barri: entitats, historia, equipaments, festes...
3. Pregunta relacionada amb els comerços de l'associació.

* Hi ha varietat de targetes amb diferents preguntes.

*Cada 10€ de compra donen dret a una targeta, per a incentivar a un tiquet per compra més alt.

Per a participar en el sorteig de grans premis, les respostes es dipositen a una urna que hi ha a tots els comerços. La primera papereta extreta amb les tres respostes correctes és la guanyadora.

Premi: Fase Nadal: "Panera de Nadal" amb productes de tots els comerços de l'associació. El sorteig pot ser motiu de festa de Nadal.

Fase gener (més d'un premi): Viatge al Carnaval de Venècia, Tenerife, Cádiz, Sitges..., maquillatge de festa Nadal, entrades teatre TNC, sopar temàtic en un restaurant del barri...

A la papereta es posen les dades personals del participant.

Comunicació: Als establiments associats i equipaments del barri.

Material gràfic: Targetes del joc del Set Ciències. PosterDinA4 anunci.

2.1.9. VIU EL TEATRE. TU SERÀS LA ESTRELLA!



Motiu: Concurs d'aparadors dels comerços de l'associació.

Època: Maig 2013. Sessions de "cinema a la fresca" (motiu teatral en un parc als vespres).

Condicció prèvia: Haver rebut formació en aparadorisme.

Mecànica: Els veïns observen els aparadors, pel seu compte o en un trenet que faria aturades als punts clau, durant els dies de la Festa Major. Podrien mirar i fer fotografies dels aparadors o del barri.

Tant els vots com les fotografies es recollirien a un punt què interessés promocionar en aquell moment (Estació del Nord, sala del Mercat...).

La votació proclamaria l'aparador guanyador, i també altres nivells de premis.

Premis: Premi per al/les establiment/s: Placa de reconeixement "*Establiment guanyador del concurs d'aparadors VIU EL TEATRE 2012*".

Premi per als veïns/votants: A l'entrega del seu vot, se'ls dona un val de descompte i el nom del sorteig per al premi Estrella.

Premio estrella "Viu un dia com una estrella del teatre/cinema": Una nit amb esmorzar a un hotel del barri. Anar de compres per el barri en limusina. Maquillatge d'artista i visita al *backstage* del TNC, entrades per assistir a una obra de teatre amb amics del barri.

Derivació: Un segon concurs amb les fotografies del barri fetes pels veïns, què s'exhibirien en una exposició en un dels equipaments.

Comunicació: Cartells als establiments participants.

2.1.9 CINEMA A LA FRESCA



Motiu: Augmentar el consum a les botigues del barri. Posicionar el barri com “El barri de les Arts Escèniques de Barcelona”.

Època: Juny i juliol 2013.

Mecànica: En un espai públic obert, s’organitzarien sessions de cinema a l’aire lliure, pagant una entrada a preu mòdic, per tal d’intentar aconseguir uns ingressos per a l’associació.

Los comerços obsequiarrien vals per a crispetes i/o refrescos, amb els tiquets de compra superiors a 10€, per consumir en el bar del cinema a la fresca, què seria gestionat per l’associació per a recaptar ingressos.

Comunicació: Cartells en els establiments participants i al TNC.

De les sessions de “cinema i teatre a la fresca” també es faria publicitat arreu Barcelona (pàrkings, BS:M....).

Material gràfic: Vals per crispetes/refrescos. Cartells DinA4 i DinA3.

2.1.10. PASSAPORT A LA FAMA



Motiu: Fidelització de compra (3ª fase) en establiments del Barri de les Arts Escèniques.

Època: Novembre 2013 / febrer 2014.

Mecànica: Els veïns/compradors rebran un passaport, amb un espai en blanc reservat per a cada establiment. L’han de completar aconseguint el segell de tots establiments, per tiquet de compra. Un cop emplenat, rebrien grans premis dels establiments de l’associació, relacionats amb viatges (necesser, maleta.....).

Comunicació: Als establiments associats.

Material gràfic: Llibreta/passaport. Cartell.

CARTA DE SERVEIS

*Molt...
per ben poc*

- ✧ Representació davant les Administracions Públiques.
- ✧ Promoció exclusives i esdeveniments que augmentin el nombre de visitants als establiments associats (Campanya de Nadal, Carnestoltes, Sant Jordi, dia de la mare...).
- ✧ Pertinença immediata com a soci a la Confederació de Comerç de Catalunya, amb tots els avantatges i descomptes que facilita aquesta entitat.
 - Serveis de formació.
 - Descomptes amb un gran nombre de proveïdors.
- ✧ Directori i promoció entre socis.
- ✧ Publicitat gratuïta de l'establiment a través dels mitjans de comunicació de l'associació i les entitats col·laboradores.
- ✧ Informació de subvencions, ajuts i normatives.
- ✧ Distintiu acreditatiu d'associat al Eix Comercial.
- ✧ Enllumenat de Nadal.
- ✧ Butlletí amb l'actualitat del sector.
- ✧ Newsletter amb notícies de l'associació, dels associats i del barri.
- ✧ Serveis per a l'obertura de nous negocis:
 - Informació dels tràmits.
 - Informació del barri (dades socioeconòmiques, negocis que es precisin, idees per a possibles nous negocis).

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS EIX FORT PIENC

Espai d'Entitats Fort Pienc
C/ Alió, 94-96
08013 Barcelona
Tel.: 932311146 info@aceixfortpienc.com



Ajuntament
de Barcelona
Eixample



Una zona comercial plena d'oportunitats FORT PIENC

*Associa't...
i sortiràs guanyant*



Volem posar en valor el nostre barri, amb els seus establiments comercials i de serveis

Al igual que altres barrijs han creat uns trets d'identitat, per a posar de manifest el seu atractiu i generar riquesa, al Fort Pienc tenim importants actius que podem capitalitzar i comunicar al món sencer.

El nostre barri no tan sols alberga dues de les entitats artístiques més emblemàtiques i rellevants de Catalunya, L'Auditori i el Teatre Nacional, sinó que també i alhora, nombrosos turistes i visitants hi venen atrets per

les antiguitats, el col·leccionisme o les oportunitats del Mercat dels Encants.

Durant l'any serem visitats per més de set milions de persones, de totes les nacionalitats, edats i classe social, que gaudiran de la nostra oferta cultural, atrets per l'artesanía i els productes d'oportunitat del Mercat del Bellcaire o viatgers de l'Estació del Nord.

Un dels millors valors del nostre barri és el

jovent, i estem decidits a potenciar als emprenedors i joves amb talent que viuen a Fort Pienc.

A banda d'acollir a nombrosos nous talents, que hi venen a estudiar música, per aquí també passen autors consagrats -que debaten les seves obres i creacions amb el públic- i actots temporalment assajant i actuant, i associacions d'artistes i joves creadors. No dubtem que tots ells poden deixar la seva

empremta si els obrim el nostre barri.

Tanmateix, és el nostre un barri de contrastos també al comerç. Disposem tant de botigues de tradicions com d'avantguarda, tallers d'artesanía musical i de serveis per a l'automòbil, al temps que d'un comerç emergent, com ho són el del còmic i dels videojocs, que han sabut arrelar-hi, atraient consumidors d'altres barrijs.



Treballem per un barri comercial reconegut i amb un comerç competitiu

Les nostres línies de treball són:

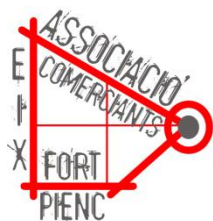
- ✧ Identificar el nostre barri i la seva zona comercial com un espai singular, atractiu i reconegut a la ciutat de Barcelona.
- ✧ Promocionar els comerços i establiments de gastronomia, oci, serveis, artesanía i cultura, de FORT PIENC.
- ✧ Aconseguir un comerç prósper i competitiu, on les qualitat, professionalitat i servei, siguin les seves empremtes d'identitat.
- ✧ Fomentar la implantació de una oferta comercial variada.
- ✧ Potenciar i consolidar l'associacionisme, que genera riquesa i fomenta la cultura de cooperació.
- ✧ Impulsar l'abast i difusió dels comerços i l'associació.
- ✧ Enfortir les relacions amb les Administracions Públiques.



Raons per associar-se

1. Què ens coneguin i ens valorin.
2. Fer sentir la nostra veu i participar en els objectius del barri.
3. Protegir i valorar el comerç, incrementant les opcions de que la gent compri al barri.
4. Dinamitzar la activitat comercial del nostre territori amb iniciatives creatives.
5. Millorar la visibilitat dels nostres establiments a través d'un ventall de mitjans.
6. Millorar l'atractiu i la competitivitat dels comerços.
7. Fomentar l'assentament de noves idees emprenedores, que enriqueixin la oferta del barri.
8. Estar al dia de les tendències del sector, normatives i noves tecnologies.

*Ja hem començat, només
manques tu, implicat-hi!*



ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS

EIX FORT PIENC

CAMPANYA DE CAPTACIÓ DE SOCIS



**QUANTS MÉS SIGUEM
MÉS FORÇA TINDREM, IMPLICA'T!**

Estimat associat,

L'objectiu d'aquesta campanya és enfortir els nostres comerços i la nostra associació, aconseguint nous socis. El lema de la campanya és *"Quants més siguem, més força tindrem. Implica't"*.

Si volem un barri amb comerços i serveis pròspers i competitius, hem de treballar plegats per a posar en marxa:

- Campanyes de dinamització que tinguin impacte.
- Serveis amb valor afegit i descomptes interessants de proveïdors.
- Accions adreçades a millorar la percepció dels consumidors i la imatge del comerç del FORT PIENC.
- Fer arribar les nostres inquietuds a les Administracions Públiques, i que s'escolti la nostra veu.

Els teus esforços son vitals per al nostre èxit. Ens agradaria comptar amb tu per a captar, i involucrar a la nostra associació, a d'altres establiments comercials i de serveis. I voldríem reconèixer i compensar la teva col·laboració.

Aquesta Guia de Captació de socis està dissenyada per a que et resulti d'allò més fàcil argumentar, i mostrar a d'altres col·legues, els beneficis de la nostra associació.

De precisar materials, informació o recolzament addicionals, ens ho pots sol·licitar tant sols enviant-nos un mail a la direcció que apareix al peu. Et recolzarem en tot, perquè tu aportes el teu entusiasme.

Gràcies per la teva implicació amb l'associació! Junts creixerem en nombre d'associats i assegurarem així que els nostres comerços estiguin units davant del llarg, a l'hora què engrescador, camí de millorar la seva competitivitat.

Ben cordialment,

Celestino Martínez

President de l'Associació de Comerciants Eix Fort Pienc.

GUIA DE CAPTACIÓ DE SOCIS

PRESENTACIÓ DE L' ASSOCIACIÓ EIX FORT PIENC

L'Eix Fort Pienc s'ha creat per aconseguir un comerç sostenible i pròsper.

Les nostres línies de treball són:

- Identificar el nostre barri, i la seva zona comercial, com un espai atractiu i reconegut a la ciutat de Barcelona.
- Promocionar els comerços i establiments de gastronomia, oci, serveis, artesanía, i cultura de FORT PIENC.
- Assolir un comerç pròsper i competitiu, on la qualitat, professionalitat i servei, siguin els nostres trets d'identitat.
- Millorar l'actitud i la imatge que tenen els consumidors envers tots els comerços i establiments de serveis del nostre barri.

PRESENTACIÓ DE LA CAMPANYA DE CAPTACIÓ DE SOCIS

Per què una campanya de captació de socis?

L'objectiu és aconseguir una base de 150 associats en dos anys, per a poder assolir una associació amb capacitat de dinamització del nostre comerç i territori.

Per què et demanem que t'impliquis a la campanya?

Creiem que només així assolirem avanç el nostre objectiu comú, col·laborant amb els professionals que faran la captació de socis. Per experiència, sabem que la recomanació d'altres associats aporta credibilitat i seguretat, i es multipliquen els resultats, amb el petit esforç de molts.

A qui ens adrecem?

Els nostres socis actuals, i posteriors, són els comerços i establiments de serveis, gastronomia, oci, turisme, cultura, i serveis, d'arreu del FORT PIENC.

Quant durarà la campanya?

S'ha posat en marxa al març i es prolongarà fins al desembre d'enguany.

US DONEM ARGUMENTS DE PES

Hem realitzat una enquesta als establiments comercials de FORT PIENC, per tal de conèixer les seves motivacions per associar-se, amb els següents resultats, computats per orde:

Raons per les que els establiments s'associaren.

1. Tenir més força.
2. Fer campanyes de promoció dels comerços.
3. Tenir més poder de negociació al front de les Administracions Públiques.
4. Millorar el barri.
5. Crear la imatge de la zona comercial.
6. Crear sinèrgies entre socis.
7. Adequar la oferta a la demanda.
8. Obtenir millors acords econòmics.
9. Dependrà del que la associació ofereixi.

Vet aquí alguns arguments que t'ajudaran a convidar a participar en la associació a d'altres establiments:

Arguments per a entrar a formar part de l'associació.

- La necessitat de revitalitzar el comerç de la zona.
- El pla molt complert, d'activitats i serveis, que té l'associació per a promocionar els comerços.
- La possibilitat de participar-hi i influir (grups de projecte, proposta de iniciatives, trobades amb col·legues, promocions creuades).
- La possibilitat de donar-se a conèixer als treballadors i visitants de la zona, gràcies a la difusió que farà l'Associació entre els treballadors dels equipaments.
- La creació de promocions entre socis de FORT PIENC.

També coneixem els arguments donats per alguns comerços que refusen associar-se:

Raons per a no associar-se.

- 1. No creuen en l'associacionisme.**
- 2. Pensen que la inversió no serà rentable o no e podrà aconseguir més.**
- 3. Creuen que els interessos son diversos.**
- 4. S'associarien si tinguessin més informació.**

Cóm reaccionar davant d'aquestes objeccions per associar-se?

1 No creuen en l'associacionisme.

Quan es manifesta rebuig, habitualment obeeix a una raó. Així per exemple, durant les visites, alguns comerços han expressat que no hi creuen, argumentant després què en algunes associacions decideixen uns pocs, i que no són transparents.

A cada cas convé esbrinar les raons que motiven el refús, sigui deixant-ho expressar-se o preguntant-li per a comprendre el seu punt de vista, i acceptar els seus raonaments. Això ens permetrà després que ens escoltin i poder argumentar. Precisament un dels valors de l'Associació Eix Fort Pienc és la participació. A la nostra Associació, per a tenir en compte el punt de vista del soci, recollim les opinions, preguntem per els seus interessos quan hi entren, i a cap d'any ells avaluaran les activitats i la relació amb l'Associació. D'altra banda, hem creat grups de treball per a projectes concrets, als quals hi participen diversos socis. Tanmateix, una empresa externa porta els nostres comptes i els informem puntualment de la nostra gestió.

2 Pensen que la inversió no serà rendible o què no s'aconseguirà més.

Amb una quota per soci de 180 € anyals, aquest any tenim planificat de realitzar deu activitats promocionals, tenir relacions institucionals amb Cultura, Turisme, Medi Ambient i l'Ajuntament de Barcelona, fer tres grups de treball amb socis, i dur a terme un seminari formatiu, a més a més d'un butlletí electrònic i altre d'imprès. També esperem aconseguir, i processar, més de 1.000 dades de consumidors, per a fer-los arribar les nostres activitats i donar-los a conèixer els establiments associats.

El nostre pressupost no es basa únicament en la quota dels associats, a demés estem buscant ajuts, espònsors i altres ingressos per serveis. Estimem que enguany cada soci rebrà més del doble de la inversió de la seva quota.

3 La economia està malament.

Hi ha una crisi molt important al comerç. Units tindrem més oportunitats de ser visibles i d'estar escoltats, de que se implementen millores al nostre barri, d'estimular que els veïns comprin al barri, i d'aconseguir recolzament per a la millora dels nostres establiments.

3 Creuen que els interessos son diversos.

A totes les associacions i grups existeixen diferents tipologies d'establiments, i per tant, necessitats i interessos diversos. Per a gestionar la diversitat, crearem grups de treball de socis amb tipologies i interessos comuns.

Per altre costat, al barri existeix una xifra important d'establiments regentats per persones immigrades. En poc temps, Catalunya ha acollit una elevada població estrangera, al igual que en altres temps també nosaltres varem emigrar a d'altres països. No podem obviar aquesta realitat, i pensem que la millor manera de treballar és ajudant als immigrants a integrar-se en els nostres costums i normes, per a que tots competim amb les mateixes condicions. També treballarem en procurar que al FORT PIENC s'instal·lin una varietat de comerços que ara per ara no en tenim, per tal de millorar la nostre oferta comercial, tant com la imatge i qualitat dels establiments actuals. Som conscients de que tot això és una tasca àrdua, i que ens portarà temps, però hem fet l'aposta.

S'associarien de tenir més informació.

Disposem d'un pla de treball, que és a disposició dels socis que desitgin conèixer-ho: Quina informació precisa?

QUÈ MÉS FAREM PER A CAPTAR NOUS ASSOCIATS?

Per augmentar les possibilitats de que nova gen s'associï, és precís què els comerços rebin periòdicament informació de la nostra associació, i què tinguin oportunitat de provar i participar-hi.

Per aconseguir-ho:

- Farem de la captació de socis una prioritat, mitjançant continues visites comercials.
- Augmentarem el coneixement dels beneficis i activitats de l'associació, fent arribar informació a tots els comerços del barri.
- Provocarem sistemàticament el contacte de l'Associació amb els establiments del barri, oferint-los la oportunitat de participar en algunes activitats (a preus raonables), como ara a La Diada del Còmic, la de Fora Estocs o a les Jornades Formatives.
- Demanarem als nostres socis que s'hi impliquen en aquesta tasca.
-

US BRINDEM AL NOSTRE RECOLZAMENT PER A QUÈ ENS AJUDEU

MATERIALS DE COMUNICACIÓ DISPONIBLES

- **Llistat de botigues, i telèfons.**
- **Materials de presentació.**
 - Carta de serveis.
 - Fullets d'activitats promocionals.
 - Formulari d'alta.
- **Materials de seguiment.**
 - Formulari d'activitats realitzades , tasques pendents, i resultats.
- **Materials de Benvinguda.**
 - Adhesiu de la Associació.
 - Carta de benvinguda del President.

CONSELLS PER A VENDRE LA VOSTRA ASSOCIACIÓ

Normalment, la decisió d'associar-se no acostuma a ser immediata. Aquestes son les etapes:

- **Presentar-se.**
- **Comprendre.**
Concentrar-se en les necessitats del soci potencial, identificant els seus propis interessos.
Recalcar els beneficis de l'Associació que guardin relació amb les seves necessitats i prioritats.
Raonar explicant el per què val la pena de pagar la quota.
- **Respondre a les objeccions.**
- **Tancament i seguiment.**
Concretar els detalls de la seva inscripció. Fer un seguiment, amb una carta personal de invitació o de benvinguda, segons el resultat de la venda. Seguiment dels socis potencials que precisen més temps per a meditar la seva decisió.

US VOLEM RECOMPENSAR PER LA VOSTRA IMPLICACIÓ I ENTUSIASME

Desitgem agrair i reconèixer, el treball dels socis que s'impliquin i aportin altres socis. Per això, hem creat els premis per als associats més implicats:

Primer premi.

- Aconseguir la quota gratuïta d'un any.
- Reportatge del vostre establiment (el reportatge es farà en vídeo i imprès, i s'enviarà un *newsletter* als consumidors).
- Diploma de Soci d'Honor.

Segon premi.

- Reportatge del vostre establiment (el reportatge es farà en vídeo i imprès, i s'enviarà un *newsletter* als consumidors).
- Diploma de Soci d'Honor.

N'HI HA QUÈ JA S'HAN IMPLICAT

La Junta de l'Associació Eix Fort Pienc.

Celes Martínez, president (Mercat).

Santi Trobat , vicepresident (Bra Café).

Joaquim Mallén, secretari (President Associació de Veïns).

David Capdevila, tresorer (Passeig Sant Joan).

Membres del grup de projecte del pla estratègic de l'Associació.

Begoña Blay Salvador (Farmàcia Begoña Blay Salvador).

Joan Farré (Centre Mèdic Ausias March).

Salva Mas (Impremta Gràfic Centre).

Myriam Sayaz (La Calabaza).

David Montedeoca (Delishop).

Altres col·laboradors/es del grup de projecte del pla estratègic de l'Associació.

Teresa Sánchez (Auditori).

Mireia Massagué (TNC).

Lourdes Ribera (B:SM).

Mercè García (Districte Eixample)

Antoni Estopiña (Districte Eixample).

Esther Burgos (SIGMA Serveis Professionals per a Associacions).

Ramon Royes (SIGMA Serveis Professionals per a Associacions).

Només manques tu!



MODEL DE CARTA DE BENVINGUDA A NOUS SOCIS

Benvolguts companys i companyes,

Moltes de les grans iniciatives són fruit de la unió d'esforços i d'il·lusions. L'Associació de Comerciants EIX FORT PIENC neix el 4 de maig de 2011 amb aquest impuls. I per a millorar, i fer créixer, l'activitat comercial al nostre barri.

En aquest moments, cal promocionar especialment el nostre comerç, fer que els nostres veïns i consumidors coneguin, valorin i comprin, als nostres establiments. El comerç variat, estable i de qualitat, és molt important pel desenvolupament econòmic i social del nostre barri.

L'Associació de Comerciants EIX FORT PIENC va donar-se a conèixer al barri el diumenge 11 de desembre de l'any passat. Tots i totes varem gaudir d'una bonica festa de presentació, on varem rebre el suport i l'enhorabona, de veïns, comerciants, entitats del barri, i de responsables públics.

Amb aquest suport i entusiasme estem treballant, i ja som més de 40 associats. Hem creat un grup de treball on participen comerços, entitats com l'Auditori, el Teatre Nacional de Catalunya (TNC) i l'Estació del Nord, en el qual avancem progressiva i fermament.

Estem elaborant un pla d'activitats i de dinamització comercial del nostre barri, amb l'assessorament professional de l'empresa SIGMA. Per a fer-ho, s'han visitat 377 comerços, realitzant-hi 136 enquestes. Hem preguntat sobre les necessitats del comerç i què consideren més prioritari. Cal destacar que el 63 % dels comerços entrevistats han valorat positivament la creació de la nostra Associació, perquè **"els comerços de la zona tenen més oportunitats associant-se"**.

La majoria de les persones entrevistades consideren prioritari desenvolupar la imatge comercial de la zona, per tal de crear identitat, dinamitzar el comerç i donar a conèixer els nostres establiments. Consideren important que es facin millores al barri, així com trobar ajuts per remodelar els seus establiments, rebre informació sobre ajuts, subvencions i normatives, i establir acords amb altres socis, per aconseguir serveis comuns, formació, espais de trobada i d'intercanvi, entre comerciants i negocis.

Hem de desenvolupar aquestes idees, i concretar-les en accions que ens permetin millorar individualment, col·lectivament i socialment. El barri té grans oportunitats pel flux de gent que aporta la presència de dues entitats culturals de gran relleu i projecció, que el fan únic i privilegiat a la ciutat: l'Auditori i el TNC, amb més d'un milió anyal de persones, que en gaudeixen; un potencial territorial i turístic per la proximitat a La Sagrada Família, els més de tres milions de persones que circulen per l'Estació del Nord, i la popularitat de la Fira de Bellcaire, què en un any se situarà dins del barri.

Tenim una gran oportunitat amb la força d'estar units a través de la nostra associació, de créixer promocionant el nostre comerç, el nostre entorn, i el nostre barri. Fem-ho doncs tots plegats!

Barcelona, data i signant

[illegible][illegible]

